

Perancangan Promosi Produk Makanan Tradisional UD. Doublenam Untuk Memperkuat Pangsa Pasar di Wilayah Jateng dan DIY

PURNOMO WIDODO

*Program Studi Desain Komunikasi Visual - S1, Fakultas Ilmu
Komputer, Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : 114200900589@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Media online adalah salah satu media yang sekarang banyak diminati oleh suatu perusahaan. Website adalah media online yang sangat kuat untuk dipakai sebagai promosi suatu perusahaan, karena website adalah media yang mudah dijangkau oleh konsumen. UD. Doublenam adalah sebuah perusahaan produsen makanan tradisional yang berdiri sejak tahun 1995 di Batu, Malang, Jawa Timur. Perusahaan ini memproduksi makanan tradisional dalam bentuk kemasan. Sebagai langkah awal untuk mengenalkan produknya ke konsumen, UD. Doublenam memberikan harga murah. Seiring berjalannya waktu dengan semakin berkembangnya profit dan produk, UD. Doublenam menaikkan harganya sesuai dengan harga pasar. Mulai munculnya pesaing-pesaing semakin banyak dan mengembangkan strategi promosinya menggunakan media online semacam website, maka UD. Doublenam juga tidak mau kalah dengan pesaing-pesaingnya. Hal ini mendorong UD. Doublenam perlu membuat website untuk media promosi agar bisa terus bersaing dan memperluas pangsa pasar di sekitar Jawa Tengah dan DIY.

Kata Kunci : Media elektronik, makanan tradisional, promosi

Promotion Design For Traditional Foods Product of UD. Doublenam To Strengthen Regional Market Share in Central Java and Yogyakarta

PURNOMO WIDODO

*Program Studi Desain Komunikasi Visual - S1, Fakultas Ilmu
Komputer, Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : 114200900589@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

Online media is a media that is now much in demand by a company. Website is a very powerful online media to be used as the promotion of a company, because the website is a medium that is easily accessible by consumers. UD. Doublenam is a traditional food company that was founded in 1995 in Batu, Malang, East Java. The company manufactures traditional food in packaged form. As an initial step to acquaint products to consumers, UD. Doublenam provide low price. As time went by more and more profit and product development, UD. Doublenam raise the price according to the market price. Start the emergence of more and more competitors and develop promotional strategies using some sort of online media websites, then UD. Doublenam also not to be outdone by its competitors. This encourages UD. Doublenam need to create a website for a media campaign in order to continue to compete and expand market share around Central Java and DIY.

Keyword : Electronic media, traditional food, promotion